

Retórica, argumentación y comunicación

JULIÁN FERNANDO TRUJILLO AMAYA*

Resumen

El presente artículo constituye un ejercicio de reconstrucción histórica y proyección investigativa en torno a la tradición retórica y la argumentación crítica. En primera instancia se rastrean los orígenes griegos del arte retórico, la sistematización aristotélica del estudio sobre los medios de persuasión disponibles para cada caso y los aspectos centrales que prevé la indagación sobre las técnicas discursivas de comunicación persuasiva. En segundo lugar se discuten y comentan los aportes de la nueva retórica o teoría de la argumentación, considerada como un neoaristotelismo que intenta reivindicar el amplio dominio de la retórica antigua, a fin de evidenciar sus límites y alcances. Finalmente, se insinúan algunas líneas posibles de investigación y aplicación de la nueva retórica en relación con la comunicación de masas y el discurso publicitario. La tesis central del artículo sostiene que la retórica no se reduce a la ornamentación y estudio de las figuras, pero tampoco se restringe al estudio de la argumentación y la lógica argumental. Retórica es el nombre para una hermenéutica posible de la praxis vital comunitaria que caracteriza los juegos de lenguaje dentro del marco de la interacción comunicativa cotidiana en el contexto de la cultura occidental.

Abstract

The present article is an historic rebuilding and research project exercise concerning to rethoric tradition and critic argumentation. In a first step we follow the beginnings of rethoric greeks art, the systematic aristotelic studies about the available persuasive means to each situation and the main subjects that involve the asking about the argumentatives techniques of persuasive communication. In a second step we argue and comment the studies of new rethoric or argumentation theory consider itself as a neo-aristotelism that pretend reestablish the wide field of the antique rethoric, showing its reaches and limits. Finally, we trace some possible research lines and application of new rethoric to the mass communication and the publicity reasoning. The main thesis in the article says that rethoric is not only an ornament and figures study, but it is not a argumentation study and reasonig logic neither. Rethoric is the name for an possible hermeneutic (hermeneutik) from a social praxis that is the main feature of the language games (sprachspiele) in the field of a interactive communicative in the ordinary life in the context of occidental culture.



* Licenciado en Filosofía. Estudios de Maestría. Profesor, Comunicación Publicitaria y Diseño para la Comunicación Gráfica. Corporación Universitaria Autónoma de Occidente



La Escuela de Atenas, Rafael



Diálogo sobre los Dos Sistemas Máximos, Galileo Galilei

Se trata de la manifestación de un cierto modo de existencia, una forma urbana, democráticamente estructurada, de hacer vida pacífica y civilizada.³

De fustigar a los sofistas y menospreciar la retórica, Platón finalmente pasó a reconocer su utilidad y valor filosófico. En su diálogo el Fedro⁴ introduce una distinción, hoy por hoy clásica, entre la buena y la mala retórica. La retórica como ejercicio de conducción del alma hacia la verdad es buena y está justificada. Se exige al orador que adquiriera conceptos y conocimientos claros sobre las cosas a tratar por medio de la dialéctica, a fin de poder introducir las convenientemente en la exposición. Se debe estar siempre en posesión de la verdad para poder determinar lo que es verosímil y poder persuadir a los oyentes, excitar sus pasiones y tener dominio sobre ellos y sus opiniones.

Historia de la retórica antigua

La retórica tiene más de dos mil quinientos años de historia. Surgió y se desarrolló en la antigua Grecia. Constituye una maravillosa herencia de la cultura griega.¹ En tanto instrumentos, técnicas y disposiciones ligadas a la libertad de expresión y pensamiento, el arte retórico se opone al ejercicio autoritario del poder.² Quizá por ello su consolidación y expansión en el mundo helénico se halla indisolublemente vinculada a las formas de vida social y a las instituciones políticas que caracterizaron la democracia. La retórica se encuentra ligada desde su origen al goce de la comunicación y el uso de signos y símbolos del lenguaje para confrontarse, disentir o llegar a acuerdos.

Para Aristóteles la retórica es importante como instrumento del pensamiento y en la actividad política. Por ello sistematiza el estudio de la retórica y considera que ésta comprende tres campos interdependientes: una teoría de la argumentación, que liga la retórica a la lógica demostrativa y a la filosofía; una teoría de la elocución; y, finalmente, una teoría de la composición. Su función no es persuadir sino encontrar los posibles medios de persuasión en cada caso particular para argumentar de forma convincente o persuasiva.⁵ Es un enfoque de la retórica puramente intelectual y argumentativo que tendrá una gran influencia en todo estudio posterior sobre este tema. Este filósofo deja a un lado la teoría de la escenificación, pues tal parece que consideró

1. Cfr. Garavelli, Bice Mortara. Cátedra, Madrid 1991. Véase también la *Retórica de Aristóteles*; Editorial Gredos, Madrid 1990. Igualmente se puede consultar a Nietzsche, F. *Escritos sobre retórica*. Editorial Trotta, Madrid 2000.

2. Cfr. Barthes, Roland. *Investigaciones retóricas I*. Editorial tiempo contemporáneo, Buenos Aires 1974. Pág. 12.

3. Véase Hadot, Pierre. *¿Qué es la filosofía antigua?* F.C.E., México 1998. También se puede consultar a Plantin, Christian. *La argumentación*. Ariel, Barcelona 1998. Cap. 1. Igualmente puede consultarse la *Historia de la filosofía* V.I, B.A.C., Madrid 1965. Pág. 224.

4. Platón. *Fedro* 239e ss.

5. Aristóteles. *Retórica*. 1355b/10-25.

este aspecto no verbal del discurso como puramente accidental e incluso centró su enfoque en la dimensión escrita y expositivo - argumentativa de la retórica.

Para el estagirita la retórica no es ni un conocimiento científico (*episteme*) ni un puro arte (*techné*) sino más bien una facultad (*dinamis*): la facultad de encontrar lo razonablemente persuasivo en cada contexto específico. Se trata de habilidad práctica acompañada de un saber hacer que produce un resultado concreto para la comunicación cotidiana. La comunicación retórica posee tres elementos: 1. El que habla. 2. Lo que se habla, y 3. A quien se habla. Sobre la base de estos aspectos Aristóteles determina distintos géneros discursivos: a) Género deliberativo, donde el orador aconseja sobre lo bueno o lo útil y se ocupa del futuro. b) Género judicial, donde el orador se encarga del pasado, de determinar lo injusto y lo justo. c) Género epidíctico, donde refrendamos los valores por medio de la alabanza o censura (lo bello o lo feo, lo bueno y lo verdadero, etc.) en la situación presente.⁶

De las pruebas retóricas unas son ajenas al arte retórico mismo y otras son propias de este arte. Ajenas son todas aquellas que preexisten o no dependen del orador como los testigos, las confesiones, los documentos y otras pruebas semejantes; las que son propias del arte son aquellas que pueden prepararse con método y por el mismo orador; las primeras hay que utilizarlas y las segundas inventarlas. De estas últimas las hay de tres tipos: las que dependen del talante o carácter del que habla; las que intentan disponer al oyente de alguna manera y

las que descansan sobre el discurso mismo y lo que éste demuestra o parece demostrar. Aristóteles también tuvo en cuenta la importancia de considerar el Éthos oratorio, es decir, las costumbres, hábitos y comportamientos del orador, y el Pathos oratorio, que involucra las pasiones, sentimientos y toda la vida emocional que se convierte en objeto de análisis y motivo de argumentación y persuasión. Las virtudes del orador según su criterio deben ser la claridad, la sencillez, la espontaneidad, la precisión, la brevedad y el orden.⁷

Al campo de los argumentos probatorios de la retórica pertenece el ejemplo (*paradeigma*), bien sea histórico o inventado, y el *entimema* o silogismo incompleto, probable y refutable. La retórica aparece, desde esta perspectiva, como un complemento de la dialéctica encargada de estudiar el arte de la discusión con preguntas y respuestas, basada sobre todo en inducciones y silogismos demostrativos y necesarios.

Aquello que es generalmente aceptado es lo verosímil. La verosimilitud no es una probabilidad calculable. Lo “generalmente aceptado” (*eulogos*) tiene un aspecto cualitativo muy cercano al término “razonable”. Lo razonable es la dimensión práctica de la racionalidad, la fuente de la que se extraen los fundamentos para la toma de decisiones. Los razonamientos retórico-dialécticos “parten de lo que es aceptado y su fin es el hacer admitir otras tesis que son, o pueden ser, controvertidas. Se proponen persuadir o convencer; no consisten en inferencias válidas constrictivas (razonamientos lógico - demostrati-

La retórica no es ni un conocimiento científico (episteme) ni un puro arte (techné) sino más bien una facultad (dinamis): la facultad de encontrar lo razonablemente persuasivo en cada contexto específico. Se trata de habilidad práctica acompañada de un saber hacer que produce un resultado concreto para la comunicación cotidiana. La comunicación retórica posee tres elementos: 1. El que habla. 2. Lo que se habla, y 3. A quien se habla.

6. Ibid. 1358b/1359a.

7. Véase Reyes, Bulmaro. *Los límites de la retórica clásica*. UNAM, México, 1995. Pág 27 ss. Igualmente se puede consultar a Beuchot, Mauricio. *La retórica como pragmática y hermenéutica*. Anthropos, Barcelona. 1998, y Zagal, Héctor; *Retórica, Inducción y Ciencia en Aristóteles*. Universidad Panamericana, México 1993.



Ánfora

vos) sino que presentan argumentos más o menos fuertes, más o menos convincentes y jamás puramente formales”.⁸ Así, la argumentación es la forma discursiva básica en la que se realizan los razonamientos retórico-dialécticos que sirven de guía para la acción y la elección en la vida cotidiana.

Los razonamientos retórico-dialécticos se caracterizan por poseer los siguientes aspectos: 1. Se realizan en lenguas naturales utilizadas en la praxis vital comunitaria, 2. Se fundamentan en presupuestos, objetos de acuerdo previos e implícitos, 3. Son temporales y sufren transformaciones a través de la historia, 4. Sólo son posibles entre seres humanos, y 5. Son controvertibles y están sujetos a la múltiple interpretación.

Sin embargo, la *dialéctica* involucra también la idea de separación, división, distribución, diferencia y cumplimiento. El uso ático del *día* expresa emulación, concurrencia de dos o más sujetos en una acción de confluencia recíproca. Diversas variaciones de *dialéctica* son usadas en voz media: entenderse, establecer algo en común acuerdo, acordar, darse ánimos mutuamente, exhortarse recíprocamente, pregonar.

Platón lo contrapone a competir o a disputar, significa discutir con recíproca comprensión, sobre la base de reglas determinadas; conversar opuesto a hablar frente a un público. Jenofonte la definió como el tipo de deliberación que realizan en común los hombres reunidos, discerniendo las cosas según sus géneros y matices; se trata de la aptitud que caracteriza al hombre capaz de razonar con juicio y de dominar sus impulsos en la disputa o controversia. Sócrates habría dicho que el dialéctico gusta de juntarse

en común, encontrarse y reflexionar junto a otros por medio de preguntas y respuestas. La dialéctica llegó finalmente a significar la reflexión conjunta que hacen los seres civilizados de forma lógica y organizada en el marco de argumentaciones y contraargumentaciones que pretenden lo verosímil, lo justo y lo bello; se trata de una conversación crítica sobre aspectos discutibles que procede por medio de conjeturas y refutaciones.⁹

Esta característica esencial de la dialéctica de razonar a partir de opiniones compartidas y generalmente admitidas, pero tan sólo probables y por ello discutibles, le acerca a la retórica y la pone en relación directa con la expresión de la opinión en el marco de una comunicación razonable. En los *Tópicos* Aristóteles estudia la dialéctica, que él define como un método o arte de cuestionamiento y discusión. Al basarse en opiniones no pertenece al ámbito específico de una determinada ciencia, aunque recibe un lugar prominente dentro de sus instrumentos para pensar, pues todos—independientemente de la disciplina—intentan defenderse o acusar, plantear o criticar argumentos.

La dialéctica es una lógica de lo probable y participa de la verdad, puesto que enseña a razonar justamente, partiendo de proposiciones que son al menos plausibles y razonables; nos permite identificar los sofismas y falacias, e incluso constituye una preliminar indispensable en la conformación de las ciencias maduras. “Este tratado se propone—nos dice Aristóteles—encontrar un método de investigación por cuyo medio seamos capaces de razonar, partiendo de opiniones generalmente admitidas, acerca de cualquier problema que se nos proponga, y seamos así mismo capaces,

8. Perelman, Ch. *Imperio Retórico*. Editorial Norma, Bogotá 1997. Pág. 20-21.

9. Cfr. Sichirollo, Livio. *Dialéctica*. Editorial Labor. Barcelona 1976.

cuando estamos defendiendo un argumento, de evitar decir cualquier cosa que pudiera estorbarnoslo”.¹⁰

Un argumento es un raciocinio o razonamiento en el que establecidas de antemano unas cosas determinadas, otras cosas distintas de ellas se siguen necesariamente en virtud de éstas. Los raciocinios son dialécticos o demostrativos. Se trata de una demostración si las premisas de que parte el razonamiento son verdaderas y primarias. Nos hallamos con un razonamiento dialéctico si razonamos a partir de opiniones generalmente admitidas (*Tópicos* 100b). Llamamos opiniones generalmente admitidas a aquellas que son admitidas por todo el mundo, por la mayoría de la gente o los filósofos, los más conocedores o competentes en el tema o los más distinguidos con respecto al asunto de que trata la opinión.

En consecuencia, para Aristóteles “la dialéctica se compagina con la retórica, ambas versan sobre cosas que de alguna manera son conocidas por todos y no las delimita e incluye ninguna ciencia. Por eso todos en algún grado participan de ambas, ya que todos hasta cierto punto intentan inquirir y resistir a una razón, defenderse y acusar. Y de ellos unos lo hacen al azar, otros mediante el hábito que nace del ejercicio.”¹¹

Hay también otros aspectos importantes para los desarrollos posteriores de la investigación sobre la retórica y la argumentación, estudiados ya por Aristóteles en el tercer libro de la Retórica: *Lexis* (las formas y artificios de la expresión en la elocución, la ornamentación y la composición), *Oikonomía* (disposición de las partes o estructuración del discurso), *Héuresis* (ingenio, búsqueda de los argumentos, mate-

riales y recursos), y, por último, *Hipokritiké* (modo de exponer, declamar y gesticular).

Es Quintiliano quien recoge en un gran tratado las principales tesis aristotélicas que determinaron el cenit del desarrollo de la retórica antigua, transmitida luego a la Edad Media. Ésta hereda todo el conjunto de los sistemas retóricos greco-romanos. La retórica ocupará el centro de las tres primeras artes liberales, comprendidas en el *trivium*: retórica, gramática, dialéctica. Sin embargo, fue rápidamente olvidada, pues se consideraba que el estilo sencillo de las Escrituras, al que calificaban de humilde, era el modelo ideal para hacer entender a todos la palabra de Dios. En este período la obra de Aristóteles fue objeto de múltiples prohibiciones. A pesar de ello fue estudiado con mucho entusiasmo hasta el punto de hacer de sus planteamientos parte integrante de los dogmas cristianos. Aún más, la introducción y la recuperación de la obra aristotélica por parte de los árabes están ligadas al surgimiento del pensamiento filosófico y literario de los siglos XI y XII, que culminó en la creación de escuelas y la fundación de las universidades. Así, la retórica volvió a recuperarse a partir del siglo XI, convirtiéndose en uno de los pilares de la cultura occidental en el ocaso de la Edad Media.¹²

En el programa educativo de los más famosos pedagogos de finales del siglo XV la retórica representa la culminación de la formación integral del hombre. No obstante, la primacía de la lógica y el menosprecio por la retórica condujo a una reducción de la retórica por parte de Pierre de la Ramée (Petrus Ramus, 1515-1572). Para él las artes lógicas comprenden la dialéctica (o lógica) y la rhetórica. Consideró la



Antora (Detalle)

10. Aristóteles. *Tópicos* 100^a/100b.

11. Aristóteles. *Retórica*. 1354a.

12. Cfr. Dockhorn, Klaus. “Rhetorica Movet”, en *Retórica*, Helmut Shanze, Alfa Editores, Buenos Aires 1976.

La nueva retórica pretende ser una reivindicación de la retórica antigua, el arte de persuadir por medio de la palabra, y en ese sentido se la puede considerar como un neoaristotelismo.

inventio y la *dispositio* como partes de la dialéctica, y la *elocutio* y la *pronunciatio* partes de la retórica. Esta escisión entre dialéctica y retórica rompía en dos el dominio clásico de la segunda y esto condujo a la primera reducción de la retórica a la teoría de la elocución, dado que se le había sustraído al antiguo arte del discurso la jurisdicción y el control sobre la argumentación. Lo que hace la retórica clásica es una disección de los instrumentos de expresión, en donde no sólo se fragmenta el discurso sino que se le quita todo el valor argumentativo.¹³

El descrédito de la retórica a partir del Renacimiento es resultado de la promoción de un nuevo conjunto de valores: la evidencia de los hechos, de las ideas y de los sentimientos, que se basta a sí misma y prescinde —o cree prescindir— del lenguaje o, al menos, pretende servir de él sólo como un instrumento, una mediación, una forma de expresión. Esta evidencia toma tres direcciones: evidencia personal en el protestantismo, una evidencia racional en el cartesianismo y una evidencia sensible en el empirismo. La retórica, si bien se la tolera, ya no es una lógica y termina por ser un adorno que se vigila estrictamente desde las cada vez más fuertes ciencias naturales. La retórica antigua es desvalorizada en el siglo xvi y queda reducida a un mero estudio de figuras de estilo. Su descrédito se continuó en los siglos xviii y xix con Dumarsais y Fontanier, para finalmente desaparecer por completo de los programas de la enseñanza secundaria.

La nueva retórica y el imperio de la argumentación

Según el jurista belga Chaïm Perelman en su obra *el Imperio Retórico*,¹⁴ el período clásico de la re-

tórica corresponde a esta desvalorización de la que fue objeto y que se ha continuado hasta nuestros días; por ello normalmente se asocian al término retórica calificativos peyorativos tales como: superficial, vago, falaz, grandilocuente, entre otros.

Fue con los sistemas característicos de finales del siglo xix e inicios del xx (pragmatismo, historicismo, vitalismo, axiología, existencialismo) cuando se empiezan a sentar las bases para la rehabilitación de la retórica y la teoría de la argumentación. El resurgimiento de la nueva retórica está relacionado estrechamente con circunstancias políticas y sociales ligadas a una revalorización del razonamiento práctico y una profunda desconfianza frente a la racionalidad lógica e instrumental. El desarrollo de las sociedades democráticas, intensa y progresivamente intercomunicadas en lo informativo, lo político y lo económico, hace que, como en la Grecia antigua, se despierte en ellas con fuerza la necesidad y el interés por la retórica, la argumentación y la persuasión a través del lenguaje y la comunicación razonables.

Según Chaïm Perelman la nueva retórica pretende ser una reivindicación de la retórica antigua, el arte de persuadir por medio de la palabra, y en ese sentido se la puede considerar como un neoaristotelismo. Por otra parte, pretende mostrar que las figuras de estilo cuando se estudian en vivo no son simples adornos persuasivos sino razonamientos dialécticos que orientan la toma de decisiones y afectan las situaciones concretas. Esta retórica es nueva porque introduce elementos no contenidos en la retórica antigua, ya que abarca el campo del discurso oral y escrito, mientras que la antigua se circunscribía a la pala-

13. Cfr. Perelman, Ch. *Imperio Retórico* Ed. Cit. También véase del mismo autor su *Tratado de la argumentación*. Ed. Gredos, Madrid 1989.

14. Perelman, Ch. *Imperio Retórico*. Ed. Cit. Pág. 5-6.

bra hablada, la nueva no se circunscribe a los auditorios reunidos en una plaza pública sino que se ocupa de todos los discursos que buscan persuadir o convencer, cualquiera sea el auditorio al cual se dirigen y cualquiera sea la materia sobre la cual versan, e incluso examina los argumentos que uno se dirige a sí mismo cuando delibera íntimamente. La nueva retórica reconoce el papel fundamental de lo cómico de la argumentación e introduce conceptos nuevos como el de *auditorio universal*.

Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca señalaron algunos de los problemas y limitaciones de la racionalidad clásica, tal y como la habían concebido racionalistas de la talla de Descartes, Kant o los positivistas lógicos del Círculo de Viena. Perelman-Olbrechts encontraron que en el ámbito de la argumentación, es decir, cuando surgen posiciones o puntos de vista diferentes, como es el caso en el terreno de los *valores*, no es posible distinguir de manera “*clara y distinta*” lo importante de lo que no lo es, lo justo y lo injusto, lo bueno y lo malo, lo bello y lo que no es bello¹⁵. Los *juicios de valor* no pueden ser verificados empíricamente ni mucho menos expresados en términos de la lógica matemática; sin embargo, son el único mecanismo que tiene el hombre para formular su posición en una controversia y tratar de llegar a acuerdos razonables, que permitan una justificación a sus interpretaciones, preferencias y decisiones.

Estas reflexiones los condujeron a la tradición retórica de comunicación crítica y argumentación iniciada en la antigua Grecia, donde se había desarrollado una técnica del *discurso persuasivo* y la elocuencia, la técnica por excelencia para obrar sobre los otros hombres



Partenón

por medio del *logos* y que los antiguos llamaron *Retórica* o arte de persuadir por medio del discurso.

La teoría de la argumentación de Perelman-Olbrechts se presenta como una disciplina que estudia las técnicas y procedimientos discursivos que caracterizan la comunicación retórica y, en este sentido, hace propuestas explicativas e interpretativas. No es una disciplina normativa, no da normas para argumentar mejor, es una teoría fundamentalmente descriptiva, es decir, trata de describir los mecanismos argumentativos, las técnicas que efectivamente usamos en la comunicación cotidiana¹⁶. Un argumento es una técnica discursiva que usa un argumentador (orador) para lograr la adhesión de un público (auditorio) a las tesis que plantea para su asentimiento. La adhesión es lo que se busca obtener del auditorio, puede ser positiva: persuasión, o negativa: disuasión. Podemos decir con Perelman-Olbrechts, que la argumentación es el conjunto de técnicas discursivas que tratan de provocar o acrecentar la adhesión de los auditorios a las tesis que presentamos

para su asentimiento¹⁷. Es importante insistir en que la nueva retórica estudia las técnicas discursivas de persuasión; otras técnicas que no son discursivas no interesan a la argumentación, tales como una caricia, un golpe, un revólver, un secuestro, una bomba, etc. Sólo lo atinente a la discusión crítica y la comunicación lingüística dentro del marco de las instituciones democráticas son objeto de interés para la nueva retórica.

La retórica y los nuevos desafíos del siglo xxi

La recuperación de la antigua tradición griega de discusión crítica y argumentación desarrolladas por la retórica y la dialéctica es un paso importante en la reivindicación de una nueva concepción de racionalidad y razonamiento ajena a las exageraciones del positivismo lógico y la hegemonía del modelo físico y matemático que caracteriza la ciencia moderna desde Galileo y Descartes. En este sentido, el desarrollo incesante de nuevas tecnologías y la aparición de sistemas más eficaces para la comunicación co-

¹⁵ Perelman, Ch. Olbrechts, LT. Tratado de la argumentación. Ed, Cit.

¹⁶ CFI, Gómez Giraldo, Adolfo León. Seis conferencias sobre teoría de argumentación. AC editores, Cali, 1991.

¹⁷ CFR, Gómez Giraldo, Adolfo León. El primado de la razón práctica, Centro Editorial Universidad del Valle, Cali, 1991



Hefaisios

lectiva en las sociedades contemporáneas, plantean diversos desafíos prácticos y teóricos a las líneas de investigación y aplicación iniciadas por esta concepción de razonamiento que introduce la nueva retórica.

Desafíos teóricos porque una investigación seria e imparcial de la comunicación retórica y la argumentación debe restringir los alcances dogmáticos e imperiales de los teóricos de la argumentación que impiden explorar otras formas alternativas de la comunicación retórica como las que se presentan en el discurso publicitario y la caricatura. La nueva investigación retórica debe refutar a aquellos que restringen su estudio a la argumentación y se desentienden de la composición y producción de textos argumentativos, tiene que enfrentar la insuficiencia de muchas teorías de la argumentación que olvidan los aspectos no verbales de la comunicación y la puesta en escena, y buscar salidas para los enfoques que hacen caso omiso al papel esencial que caracteriza la ornamentación, la metáfora y la función estética del lenguaje en la comunicación interpersonal y científica.

Igualmente se presentan los desafíos prácticos en pedagogía, puesto que las universidades deben responder a cuestiones tales como ¿cuál es el papel del educador en un mundo atravesado por avenidas de información? ¿Cuál es la importancia de la comunicación retórica en nuestro presente? ¿Cómo facilitar el acceso de los estudiantes a las prácticas y teorías retóricas? Sin duda, en un mundo saturado de información lo importante no es su memorización o acumulación. El reto fundamental consiste en lograr la adquisición de destrezas y habilidades para la comprensión e interpretación razonables de la información recibida. Las claves de la educación contemporánea se encuentran en el fortalecimiento de la praxis vital comunitaria a través del lenguaje y el desarrollo de la competencia comunicativa para la socialización afortunada de la información adquirida. Todo esto en el marco de una compleja interacción global basada en la destreza y habilidad para la comunicación persuasiva y la discusión razonable.

No se trata en modo alguno del despliegue enciclopédico y la pura

erudición que caracteriza el onanismo intelectual de nuestros maestros de argumentación. Se trata más bien de un reconocimiento al valor pedagógico de la reflexión sobre el lenguaje en general y la comunicación lingüística en particular, iniciado ya por la tradición griega de los sofistas y filósofos.

Debemos entonces rescatar el papel explicativo y persuasivo que cumple el discurso pedagógico. Corresponde a los pedagogos aterrizar y adecuar las teorías y conceptos, los razonamientos e interpretaciones, los temas, asuntos y cuestiones que constituyen el saber de base en el proceso pedagógico, a fin de que dicho saber quede al alcance del estudiante y su aporte enriquezca la investigación pedagógica y didáctica que contribuye a la racionalidad crítica y la construcción de una cultura de paz. Sólo así es posible un auténtico proceso interactivo de enseñanza-aprendizaje y de búsqueda del conocimiento: “Existe sólo un elemento de racionalidad en nuestros intentos por conocer el mundo: el examen crítico de nuestras teorías. Estas teorías en sí mismas son conjeturas. No sabemos, sólo conjeturamos. Si se me preguntara: ¿cómo sabe?, mi respuesta sería: “no sé; sólo propongo una suposición, una hipótesis, si usted está interesado en mi problema me complacerá mucho que critique mi suposición, y si expresa contrapropuestas, yo, a mi vez, trataré de criticarlas”¹⁸.

El saber de base contenido en los documentos, bibliografías, redes de información y otros soportes cognitivos, debe ser discutido críticamente y adecuado a las necesidades emotivas, axiológicas y pragmáticas de cada situación. El discurso pedagógico debe adaptarse a los propósitos específicos de la interacción comunicativa y del

18. Popper, Karl. “Retorno a los presocráticos” en *Conjeturas y Refutaciones*. El desarrollo del conocimiento científico. Paidós, Buenos Aires 1983. Pág. 192.

proceso pedagógico basado en acuerdos y consensos; debe responder también a los intereses propios de cada disciplina y a las exigencias y necesidades de las situaciones concretas en el contexto socio-cultural. El saber didactizado por el profesor, producto de su trabajo pedagógico de adecuación permanente del saber de base, sigue siendo una de las operaciones cognitivas inaplazables en el ejercicio de la educación superior.

He aquí cómo la tradición de discusión crítica y argumentación iniciada por los maestros de retórica en la antigua Grecia cobra vigencia entre nosotros y contribuye a buscar una alternativa racional a nuestros inevitables conflictos: “¿Qué enseño yo a mis alumnos?, y ¿cómo puedo enseñarles? Yo soy un racionalista. Por racionalista entiendo un hombre que quiere comprender el mundo y aprender mediante la discusión con otros (noten que no digo que un racionalista sostiene la teoría errónea de que los hombres son total o principalmente *racionales*). Por “discutir con otros” entiendo, más concretamente, criticarlos, suscitar sus críticas y tratar de aprender de ellas. El arte de la discusión es una forma peculiar del arte de la lucha, con palabras en vez de espadas, e inspirado por el interés de acercarse a la verdad sobre el mundo”.¹⁹

En este orden de ideas, resulta indispensable la enseñanza bien enfocada y oportuna sobre la retórica de la comunicación lingüística. Un aspecto de esta retórica debe permitir la comprensión e interpretación crítica de las diferentes formas de argumentación utilizadas por los publicistas, los políticos, los juristas, los filósofos, los periodistas y, en general, los profesionales de las diferentes disciplinas y la



gente común en sus interacciones comunicativas cotidianas.

Comunicación publicitaria y positivismo retórico

Es obvio que nuestros estudiantes universitarios de primeros semestres, sobre todo aquellos interesados por áreas relacionadas con la comunicación social, de masas, gráfica o publicitaria, pero en general los estudiantes de todas las áreas y disciplinas, necesitan adquirir la competencia suficiente para optimizar su capacidad de comprensión y de expresión argumentativa. Sin embargo, la argumentación es sólo una forma de interpretar la acción semiótica que caracteriza el razonamiento o raciocinio en lengua natural. Se trata aquí de una suerte de lógica argumental que estudiaría la comunicación lingüística desde la perspectiva de una teoría de la argumentación aplicada, “Se podrá completar, si eso parece útil, el estudio de la argumentación, con metodologías especializadas, según el tipo de auditorio y el género de disciplina. Es así como se podría elaborar una lógica jurídica y una lógica filosófica que no serían sino aplicaciones particulares de la

19. Popper, Karl. Post scriptum a la lógica de la investigación científica en *Realismo y el objetivo de la ciencia*. Tecnos, Madrid 1998. Pág. 46.



La estela funeraria

nueva retórica al derecho y a la filosofía”.²⁰

No obstante, la retórica es un campo de investigación complejo y su redescubrimiento en los siglos XIX y XX parece señalar una vasta serie de posibilidades de aplicación e investigación sobre el tema. La ornamentación, el uso de las figuras de estilo, la dimensión estética del discurso, la producción de textos y la composición del discurso son también aspectos retóricos que requieren un trabajo de investigación pedagógica más detenido y enfático. La retórica no es únicamente la argumentación, ésta es sólo un aspecto de la co-

municación retórica y es discutible que sea el más importante o fundamental. No vamos a negar que a partir de 1958, y gracias a los trabajos de Chaim Perelman y Stephen Toulmin,²¹ el interés teórico y práctico por la argumentación ha continuado aumentando. No obstante, una cosa son las teorías de la argumentación, a veces bastante disímiles en sus enfoques e interpretaciones, y otra cosa muy distinta es la comunicación retórica, las aplicaciones prácticas derivadas de la facultad retórica y la incorporación de habilidades para producir y comprender razonamientos en lengua natural.

En efecto, es difícil encontrar manuales prácticos y útiles para el acercamiento introductorio al campo de la argumentación y la apropiación de algunas de las herramientas conceptuales contempladas por la lógica argumental que los positivistas retóricos han consolidado. Ni qué hablar sobre la investigación en torno a la argumentación publicitaria. Tal parece que, o bien los publicistas en su gran mayoría desconocen el desarrollo de las teorías de la argumentación y quienes lo conocen no les interesa su aplicación, falsación y verificación en la comunicación publicitaria, o bien la gran mayoría de expertos y conocedores de la teoría de la argumentación conocen muy poco sobre publicidad o no están interesados en el terreno de la comunicación publicitaria.

Para aquellos que han dedicado su tiempo al estudio detenido de la Teoría de la Argumentación (TA) o Nueva Retórica de Ch. Perelman, resulta indiscutible su importancia, así como el valor de esta teoría en la clarificación y explicación de muchos fenómenos relacionados con la comunicación de masas y las diversas formas lingüístico discursivas de interacción comunicativa cotidiana en las sociedades contemporáneas.

La TA o Nueva Retórica, relativa a lo verosímil y los razonamientos no formales, que son inherentes a los usos ordinarios de las lenguas naturales, es presentada como complementaria de la teoría de la demostración, objeto de la lógica formal y los razonamientos regidos por reglas formales, ligadas a criterios de verdad. Se trata de un positivismo retórico que nace del desencanto de los lenguajes formales y el reconocimiento de su incompletitud, pero que se niega aceptar una idea irracional (mítica, mágica o mística) de verdad y mentira en sentido

20. Perelman, Ch. *Imperio Retórico*. Ed. Cit. Pág. 24.

21. Véase Toulmin, Stephen. *The uses of argument*. Cambridge University Press. 1958 y *An Introduction to reasoning*. Cambridge University Press. 1979.

extramoral. El positivismo retórico es un intento por reponerse a Gödel y el segundo Wittgenstein que se insinúa ya al final del *Tractatus*. En un último salto de fe en la racionalidad que descansa sobre la dimensión verbal del lenguaje, el positivismo retórico intenta ampliar el concepto de razón recuperando la dialéctica y la retórica como dimensiones del razonamiento práctico. Pero existe lo inexpresable en términos verbales, el gesto, la entonación, el silencio y la imagen, que son también modos de raciocinio humano que poseen su sentido y posibilitan la comunicación.

Así, la TA de Ch. Perelman resulta no sólo insuficiente y limitada a la hora de explicar lo concerniente a la persuasión y la adhesión del auditorio a las tesis presentadas para su asentimiento, sino que además es insatisfactoria e incipiente con respecto a los discursos publicitarios que involucran aspectos no verbales como el gesto, la imagen y la entonación. Los discursos publicitarios son claramente argumentativos. La finalidad de un discurso publicitario es persuadir o convencer, connota la generación de una disposición para la acción, la consecución de un resultado práctico (consumir, comprar, adquirir, utilizar, usar, etc., un producto), la adopción de una determinada actitud o la realización de una acción. Todo lo anterior puede ser considerado argumentativo desde la perspectiva perelmaniana, pero no puede ser explicado adecuadamente desde el enfoque de la teoría de la argumentación.

El discurso publicitario utiliza técnicas discursivas mediante las cuales intenta, y muchas veces logra, la adhesión de los ineterlocutores o auditorio a las tesis que presenta para su asentimiento. La teoría de la argumentación nos permite analizar estas técnicas en categorías y estructuras argumentativas generales, pero no nos explica de forma ade-



Teatro de Dionisos en Atenas

cuada todos los procedimientos argumentativos desplegados por el discurso publicitario y los textos que le sirven de soporte, y mucho menos nos permiten evaluar la fuerza persuasiva y los alcances persuasivos de cada estructura argumentativa. Tampoco nos aclara el carácter de acción propia del discurso argumentativo, ni la forma en que se construye y perciben el sentido y la significación de lo argumentado. Aun cuando Perelman pretende que su análisis argumentativo permita aplicar la razón al mundo de los valores, de las normas y de la acción, en tanto razón práctica y situada, en sus análisis no siempre se tienen en cuenta los contextos y situaciones de uso y las relaciones entre éstos y los argumentos. Es como si el argumento pudiera ser estudiado en abstracto, independientemente de las condiciones de uso, los aspectos no verbales, los fi-

nes buscados, los auditorios a los que va dirigido y las situaciones concretas e históricamente definidas en la que es puesto en funcionamiento.

La teoría de la argumentación nos deja con un discurso argumentativo desarticulado y disecado por el análisis de los argumentos que son usados en la acción discursiva, pero no nos ofrece ninguna orientación a la hora de evaluar críticamente qué argumento es *más persuasivo que* o *menos persuasivo que* y por qué. No nos aclara qué entiende por persuasión y persuadir, o utiliza estas expresiones en varios sentidos bastante ambiguos. Nunca nos aclara cuál es la estructura básica del argumento, en qué sentido se diferencian *argumento* y *argumentación*, y en qué sentido estas expresiones se relacionan, son distintas o semejantes a la expresión *argumentar*.



Teatro de Edipauro

En muchos de los ejemplos ofrecidos por Ch. Perelman no es posible comprender cuál sería la tesis a la que pretendemos lograr la adhesión, qué es una tesis y cómo se inscribe ella en la estructura de un argumento determinado. Tres casos ilustran esta idea: en el primero tenemos un anuncio publicitario formulado en una sola frase: “Conavi quiere a la gente, la gente quiere a Conavi”; se trata de un argumento que asocia cuasilógicamente un argumento de reciprocidad. ¿Cuáles son las premisas? ¿Cuál es tesis? Es claro que con estos interrogantes pasamos al ámbito de la hermenéutica y la interpretación. Desentrañar las premisas implícitas en este argumento puede ser un ejercicio de traducción o sobreinterpretación que implica forzar el texto más allá de sus límites. Un argumento publicitario puede formularse en una frase interrogativa como: “¿Cuándo un banco lo había valorado tanto?” Es obvio que no puede ser una proposición lógica susceptible de ser evaluada en términos de verdad o falsedad; las premisas están implícitas, la tesis es presupuesta y la conclusión es tácita; una verdadera pieza para indagar sobre los límites de la interpretación argumentativa del discurso retórico en el contexto publicitario. Un último ejemplo: “lo bueno

es lo útil a la mayoría”. Este es un argumento cuasilógico de definición que genera una identidad parcial entre lo que se define “lo bueno” y la definición ofrecida “lo útil para la mayoría”. Ahora bien, ¿cuál es la tesis aquí? ¿Qué es aquello a lo cual pretendemos lograr la adhesión del auditorio? ¿Es lo mismo la tesis que el argumento? Los ejemplos de este tipo ponen en jaque teorías de la argumentación como las de Perelman; su conceptualización aparece en estos casos límite como un herbario o taxonomía clasificadora que no nos ayuda mucho en la comprensión y explicación de la acción discursiva que llamamos argumentar y la forma de enunciación discursiva que le es propia: la argumentación.

Clarificadora y sugestiva puede resultar la propuesta de Stephen Toulmin, quien no nos da una taxonomía de los argumentos o esquemas argumentativos o argumentaciones, como lo hace Perelman, sino que sencillamente nos ofrece un esquema general de base que permita interpretar y evaluar cada argumento. Entiende Toulmin por argumento un proceso en el que se intenta conducir al interlocutor a una conclusión, partiendo de ciertos datos. La relación que se establece entre los datos y la conclusión recibe un apoyo explícito o implícito (garan-

tía o soporte) o puede ser contrariada (refutación o excepción).

No obstante, tanto Perelman como Toulmin proceden como lógicos y su énfasis está hecho sobre la base del espíritu cientificista, técnico y filosófico que caracterizó el positivismo lógico frente al cual reaccionan, pero del que de alguna forma son herederos y continuadores. Las preocupaciones de Toulmin, como bien es sabido, giran en torno a la epistemología de las ciencias y la metodología de la investigación, y su propuesta apunta a problemas relativos al estatus científico de las ciencias sociales y ciertas áreas como el derecho, la política y la ética; Perelman, por su parte, margina todo lo que la retórica tuvo de relación con la estética y la ornamentación literaria, pues no llega a esta desde sí misma, sino a partir de sus preocupaciones lógicas y filosóficas, que se centran en la construcción teórica que dé una justificación adecuada de los raciocinios que versan sobre valores y que sirven como medios de prueba en el derecho, en la filosofía y en las ciencias humanas.

El lenguaje como retórica y el discurso como figura

Ch. Perelman y S. Toulmin pueden ser complementados y enriquecidos por algunos de los planteamientos de la filosofía analítica y del lenguaje (Wittgenstein, Austin, Strawson, Ryle, Dummett, Davidson, Putnam, Searle, entre otros), algunos aportes de la epistemología y la hermenéutica (Popper, Kuhn, Gadamer, Cassirer), de la semiótica (Ch. S. Peirce, Ch. Morris, N. Goodman, Eco), la semiología (Barthes, Penninou, Durand, Gennett), la estética literaria (Ricoeur, Jacobson, Greimas, Courtes, Bajtin) y los diversos aportes de la retórica clásica.

Por todo lo anterior, consideramos que es posible reformular el análisis de la teoría de la argumenta-

ción y ofrecer algunas pautas para evaluar la persuasión y la adecuación de los discursos argumentativos, a partir de los estudios sobre la imagen, la puesta en escena, el discurso publicitario y sus formas de ornamentación.

Muchos exégetas de la nueva retórica excusan su ignorancia sobre la comunicación de masas y los discursos publicitarios emitiendo juicios sobre la supuesta superficialidad e inmoralidad de la publicidad. Pero basta con detenernos un poco en estos aspectos de la comunicación social para encontrar una veta rica en problemas y asuntos para discutir e investigar. Algunos intelectuales psico-rígidos creen que toda argumentación debe proceder como un razonamiento lógico con premisas y conclusiones; no entienden la argumentación en la lengua, el uso de los ornamentos, máximas y lugares comunes en el discurso cotidiano y en los textos publicitarios. Olvidan que las premisas no son proposiciones sino acuerdos tácitos de base para la comunicación retórica y pretenden reducir la amplitud y profundidad dialéctica de la comunicación interpersonal a modelos de acción comunicativa insuficientes o mal entendidos.

Sea como fuere, profesores y estudiantes de las áreas relacionadas con la comunicación publicitaria y la comunicación social encuentran cada vez más difícil enfocar los textos y discursos publicitarios desde un único ángulo. Es claro que resulta fundamental ampliar el horizonte cognitivo y humanístico que reivindica la tradición retórica y dialéctica, a fin de evitar la miopía profesionalizante, el dogmatismo inverterado de nuestros académicos y el enfoque puramente lógico formal del pensamiento y la comunicación humanos. Empero esto no significa

que debamos restringir la retórica a la argumentación, ni mucho menos olvidar el amplio universo socio-político y simbólico-cultural que implica la ornamentación, la puesta en escena y la composición textual que caracterizan la praxis vital comunitaria del hombre contemporáneo en el seno de una agitada vida social, cuyo imaginario y concepción del mundo se manufacturan con símbolos, metáforas, imágenes, discursos publicitarios y razonamientos ilógicos y no formalizables.

En este planteamiento final, la primacía de las imágenes retóricas y las figuras ornamentales sobre las formas lógicas y los argumentos es evidente. La retórica abre nuevas posibilidades a la vida y el lenguaje, mientras que la lógica (argumental o formal) nos limita a formas fijas, rígidas, igualmente artificiales. La retórica, en el sentido original de esta expresión, ve en sus figuras y metáforas modos flexibles de conocer e interpretar; la lógica las petrifica en esquemas de razonamiento o las excluye como formas no válidas de interpretación. La lógica más originaria se manifiesta en la gramática, por ello las formas retóricas transgreden, trastocan, alteran, invierten, funden, desplazan, en fin, juegan con la gramática. “Todas las figuras retóricas (es decir, la esencia del lenguaje) son razonamientos lógicos falsos. ¡Con ellos comienza la razón!”²² El hombre estructura el mundo a su medida, o mejor, a la medida de su propias metáforas, conceptos y lenguajes. “Los significados metafísicos, éticos y estéticos son indemostrables”;²³ el hecho que un discurso *indemostrable* o *falaz* tenga todavía un valor, en general mayor que una proposición científica, se funda en el valor *simbólico* y *estético* de dicho discurso, es decir, en su belleza y en su capacidad de suscitar la imitación,

estimular la interpretación o lograr la adhesión a un paradigma: “El lenguaje es retórica, pues sólo pretende transmitir una *doxa* y no una *episteme* (...); todas las palabras son en sí y desde el principio, en cuanto a su significación, tropos (...); hablando con propiedad, todo lo que se llama discurso es figuración. El lenguaje es la creación de artistas individuales del lenguaje, pero lo que lo fija es la elección operada por el gusto de la mayoría”.²⁴ Un discurso tiene su función retórica en cuanto construye una figura del mundo y la vida, es decir, cuando es capaz de hacernos saber o creer, hacernos querer o sentir, hacernos hacer cosas o ser de cierta manera, hacernos valorar e interpretar de cierta forma el mundo. El discurso retórico existe como *obra de arte*, *mundo posible* y *símbolo de la cultura*, aun cuando no haya podido demostrarse como construcción lógica o científica.

Ampliar el campo de investigación de la tradición sofística relacionada con la retórica, que junto con la democracia, la ciencia y la filosofía constituyen un aporte fundamental de la cultura griega al mundo occidental, es uno de los propósitos que asisten el panorama de investigación que en este texto se esboza e insinúa. Esperamos que reflexiones e intuiciones como las que aquí presentamos brinden herramientas para la construcción de un nuevo perfil de formación profesional comprometida con la búsqueda de la convivencia pacífica, la construcción de tejido social y la utilización óptima de las técnicas de comunicación retórica. La investigación retórica es indispensable para las sociedades abiertas a la discusión crítica, dispuestas a la creación simbólica que caracteriza los juegos del lenguaje y atentas a la solución razonable de los conflictos. ❁

22. Nietzsche, F. *El libro del filósofo*. Taurus, Madrid 2000. Pág. 66.

23. Ibid. Pág. 47.

24. Nietzsche, F. *Escritos sobre retórica*. Ed. Cit. Pp. 92-93.